COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, 5 juin 2019

Mediametrie

Audience Internet Global en France en avril

Un jeune sur 10 surfe chaque jour sur les sites et apps de transport terrestre

En avril, 24,6 millions d'individus ont consulté des sites et applications dédiés au transport terrestre (rail + route), soit 39,3% des Français de 2 ans et plus. Les 15-34 ans sont ceux qui s' y connectent le plus souvent : plus d'un sur dix (10,4%) s'y rend tous les jours – contre 6,1% pour l'ensemble de la population.

Parmi les 75 marques de cette catégories, le top 5 Audiences rassemble des usages variés allant du transport ferroviaire aux transports en commun, en passant par le covoiturage et les VTC.

De nouvelles formes de mobilité urbaines commencent également à émerger comme les opérateurs de trottinettes électriques en libre-service. C'est par exemple le cas de Limebike qui affiche la plus forte audience parmi ces acteurs : en avril, Limebike a dépassé le demi-million de visiteurs uniques mensuels, alors même que ses services ne sont disponibles en France que sur Paris, Lyon et Marseille.

Transport terrestre :
Top 5 Audience mensuelle
Avril 2019

	Marque	Visiteurs uniques mensuels
1	SNCF	**8 104 000**
2	BlaBlaCar	**6 149 000**
3	RATP	**4 490 000**
4	Uber	**4 180 000**
5	TheTrainLine	**2 313 000**

Audience Internet Global - Avril 2019 - Copyright Médiamétrie//NetRatings



Synthèse des résultats d'avril 2019



53 millions d'individus se sont connectés au moins une fois à Internet au cours du mois, soit **84,3%** de la population française de 2 ans et plus.



Chaque jour, **45 millions** d'internautes se sont connectés en moyenne à Internet, soit **71,6%** de la population française.



Rapporté à l'ensemble de la population française de 2 ans et plus, le temps passé par jour et par individu est en moyenne de **32 minutes sur ordinateur** et de **76 minutes sur mobile**.

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 711 000	38 922 000
2	Facebook	47 904 000	31 779 000
3	Microsoft	37 875 000	12 831 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	34 761 000	5 769 000
5	Groupe TF1	32 083 000	4 681 000
6	Prisma Media	31 466 000	5 815 000
7	Wikimedia Foundation	31 091 000	4 230 000
8	Amazon	30 933 000	5 156 000
9	Webedia	30 881 000	3 829 000
10	Altice France	30 687 000	6 938 000
11	WEB66	30 131 000	6 330 000
12	Orange	29 144 000	9 553 000
13	Schibsted	28 435 000	7 018 000
14	Vivendi	26 695 000	3 158 000
15	M6	25 680 000	3 131 000
16	Verizon Media	23 564 000	8 663 000
17	Groupe Le Monde	23 075 000	3 480 000
18	francetélévisions	22 714 000	3 087 000
19	Groupe Credit Agricole	22 354 000	4 420 000
20	Groupe Auchan	22 349 000	2 085 000
21	La Poste	21 792 000	3 982 000
22	Groupe Casino	21 516 000	2 478 000
23	Apple Inc.	20 793 000	5 856 000
24	Snapchat	19 801 000	14 325 000
25	Groupe Les Echos - Le Parisien	18 561 000	2 360 000
26	Groupe Fnac Darty	18 213 000	1 461 000
27	20 Minutes France	17 667 000	2 315 000
28	Gouvernement Francais	17 320 000	1 124 000
29	Samsung Group	16 942 000	3 685 000
30	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	16 504 000	1 308 000
31	CMI France	16 030 000	1 897 000
32	Twitter	15 727 000	4 522 000
33	SNCF France	15 475 000	2 027 000
34	Groupe Lagardere	15 346 000	1 426 000
35	Carrefour	15 207 000	1 353 000
36	Assurance Maladie	13 975 000	1 340 000
37	Iliad	13 929 000	2 001 000
38	Oredis	13 763 000	2 804 000
39	LinkedIn	13 601 000	2 484 000
40	Doctolib	13 577 000	1 069 000
41	NetFlix	13 320 000	2 341 000
42	Hutchison-Priceline	13 255 000	1 015 000
43	Pinterest.com	13 014 000	1 883 000
44	PayPal	12 793 000	992 000
45	Groupe Amaury	12 689 000	2 860 000
46	Ministere de l Education Nationale	12 603 000	1 811 000
47	eBay	12 573 000	1 341 000
48	Societe Generale	12 447 000	2 377 000
49	Radio France	12 332 000	1 271 000
50	E.Leclerc	12 251 000	1 174 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2019 - Base : 2 ans et plus -
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Global en France en Avril 2019

mediametrie //NetRatings

Répartition écrans du Top 50 des Groupes les plus visités en France

	Groupes	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des VU ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 711 000	73,3	80,5	42,0
2	Facebook	47 904 000	52,5	83,9	32,9
3	Microsoft	37 875 000	83,0	42,5	13,4
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	34 761 000	55,5	72,7	11,9
5	Groupe TF1	32 083 000	41,7	75,4	17,4
6	Prisma Media	31 466 000	38,3	76,3	11,9
7	Wikimedia Foundation	31 091 000	45,6	73,9	10,3
8	Amazon	30 933 000	56,9	63,2	16,8
9	Webedia	30 881 000	46,6	69,0	13,8
10	Altice France	30 687 000	47,0	75,3	13,7
11	WEB66	30 131 000	39,5	77,5	14,2
12	Orange	29 144 000	54,1	65,0	10,9
13	Schibsted	28 435 000	48,5	64,0	19,8
14	Vivendi	26 695 000	41,9	63,6	18,0
15	M6	25 680 000	38,0	71,8	16,3
16	Verizon Media	23 564 000	36,2	70,7	13,6
17	Groupe Le Monde	23 075 000	37,9	76,5	10,2
18	francetélévisions	22 714 000	33,9	74,8	14,4
19	Groupe Credit Agricole	22 354 000	53,6	59,5	9,1
20	Groupe Auchan	22 349 000	51,7	59,2	13,8
21	La Poste	21 792 000	59,0	55,2	9,4
22	Groupe Casino	21 516 000	46,4	62,5	12,7
23	Apple Inc.	20 793 000	30,1	56,9	42,9
24	Snapchat	19 801 000	-	99,7	-
25	Groupe Les Echos - Le Parisien	18 561 000	36,5	71,9	10,7
26	Groupe Fnac Darty	18 213 000	44,5	62,3	10,8
27	20 Minutes France	17 667 000	26,4	77,4	11,5
28	Gouvernement Francais	17 320 000	63,5	46,3	5,0
29	Samsung Group	16 942 000	8,6	80,9	23,7
30	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	16 504 000	77,8	27,0	7,3
31	CMI France	16 030 000	31,2	72,3	11,4
32	Twitter	15 727 000	38,8	59,9	15,6
33	SNCF France	15 475 000	39,5	67,1	10,6
34	Groupe Lagardere	15 346 000	35,6	71,3	9,0
35	Carrefour	15 207 000	47,7	55,7	12,2
36	Assurance Maladie	13 975 000	61,9	45,2	7,3
37	Iliad	13 929 000	69,0	35,0	8,0
38	Oredis	13 763 000	32,3	65,0	20,5
39	LinkedIn	13 601 000	42,9	57,5	14,5
40	Doctolib	13 577 000	35,2	69,1	6,5
41	NetFlix	13 320 000	32,3	67,0	15,1
42	Hutchison-Priceline	13 255 000	44,1	56,0	13,9
43	Pinterest.com	13 014 000	43,8	53,2	15,7
44	PayPal	12 793 000	49,3	55,3	7,2
45	Groupe Amaury	12 689 000	32,9	68,6	13,7
46	Ministere de l Education Nationale	12 603 000	61,3	43,6	7,6
47	eBay	12 573 000	50,6	52,7	10,6
48	Societe Generale	12 447 000	55,5	49,7	8,8
49	Radio France	12 332 000	29,7	71,9	8,9
50	E.Leclerc	12 251 000	42,1	59,9	11,8

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2019 - Base : 2 ans et plus

Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques moyens par jour
1	Google	51 192 000	36 327 000
2	Facebook	46 532 000	26 087 000
3	YouTube	45 377 000	17 971 000
4	Wikipedia	30 610 000	4 095 000
5	Amazon	29 535 000	4 894 000
6	Leboncoin.fr - T	27 995 000	6 865 000
7	Orange	27 554 000	9 265 000
8	Instagram	26 910 000	12 087 000
9	Microsoft	24 086 000	3 737 000
10	WhatsApp	21 658 000	9 159 000
11	Yahoo	21 469 000	8 074 000
12	Le Figaro - T ACPM/OJD	21 373 000	2 400 000
13	Apple	20 720 000	5 853 000
14	Snapchat - T ACPM/OJD	19 801 000	14 325 000
15	Cdiscount	19 320 000	1 871 000
16	franceinfo - T ACPM/OJD	19 063 000	2 467 000
17	Windows Live	18 164 000	2 827 000
18	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 665 000	2 315 000
19	BFM TV - T ACPM/OJD	17 641 000	2 213 000
20	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	17 331 000	2 924 000
21	Linternaute.com - T	17 045 000	1 092 000
22	Marmiton - T	16 908 000	1 373 000
23	Samsung	16 878 000	3 680 000
24	Le Monde - T ACPM/OJD	16 388 000	2 100 000
25	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 330 000	1 952 000
26	SFR	16 175 000	3 752 000
27	impots.gouv.fr	15 618 000	1 169 000
28	Twitter	15 587 000	4 464 000
29	AlloCine - T	15 155 000	1 186 000
30	LA POSTE	14 683 000	1 961 000
31	Ouest France - T ACPM/OJD	14 508 000	1 589 000
32	Outlook (Outlook.com)	13 983 000	5 142 000
33	Dailymotion - T	13 923 000	912 000
34	Doctissimo - T ACPM/OJD	13 854 000	1 025 000
35	LinkedIn	13 601 000	2 484 000
36	Waze	13 580 000	2 623 000
37	Doctolib	13 577 000	1 069 000
38	vente-privee	13 573 000	2 789 000
39	MSN - T	13 547 000	3 077 000
40	Service-Public.fr	13 467 000	718 000
41	Assurance Maladie	13 428 000	1 279 000
42	Free	13 391 000	1 866 000
43	Fnac	13 368 000	966 000
44	Netflix	13 320 000	2 341 000
45	Credit Agricole	13 181 000	2 865 000
46	Picasa	13 076 000	2 097 000
47	Pinterest	13 014 000	1 883 000
48	Booking.com	12 975 000	990 000
49	PayPal	12 793 000	992 000
50	L Equipe - T ACPM/OJD	12 332 000	2 785 000

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France - Avril 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Répartition écrans du Top 50 des Marques les plus visitées en France

Rang	Marques	Visiteurs uniques par mois	% des VU ayant utilisé l'Ordinateur	% des Vu ayant utilisé le Mobile	% des VU ayant utilisé la Tablette
1	Google	51 192 000	71,6	80,8	40,9
2	Facebook	46 532 000	53,4	81,0	33,3
3	YouTube	45 377 000	52,1	76,8	33,5
4	Wikipedia	30 610 000	45,4	73,9	10,2
5	Amazon	29 535 000	59,3	60,1	15,2
6	Leboncoin.fr - T	27 995 000	47,8	63,9	19,9
7	Orange	27 554 000	53,8	63,7	10,6
8	Instagram	26 910 000	15,8	87,8	10,8
9	Microsoft	24 086 000	84,5	22,6	6,9
10	WhatsApp	21 658 000	2,3	98,5	1,1
11	Yahoo	21 469 000	32,0	72,3	13,2
12	Le Figaro - T ACPM/OJD	21 373 000	45,4	67,8	8,4
13	Apple	20 720 000	30,2	56,6	43,0
14	Snapchat - T ACPM/OJD	19 801 000	-	99,7	-
15	Cdiscount	19 320 000	46,2	60,0	12,5
16	franceinfo - T ACPM/OJD	19 063 000	29,7	78,6	10,7
17	Windows Live	18 164 000	64,7	34,5	19,7
18	20 Minutes - T ACPM/OJD	17 665 000	26,4	77,4	11,5
19	BFM TV - T ACPM/OJD	17 641 000	27,2	79,3	8,2
20	Tele Loisirs - T ACPM/OJD	17 331 000	30,0	73,5	9,4
21	Linternaute.com - T	17 045 000	42,0	63,6	7,3
22	Marmiton - T	16 908 000	26,2	72,5	14,7
23	Samsung	16 878 000	8,4	81,1	23,7
24	Le Monde - T ACPM/OJD	16 388 000	34,3	74,0	9,2
25	Le Parisien - T ACPM/OJD	16 330 000	34,2	72,8	9,6
26	SFR	16 175 000	43,3	59,4	13,6
27	impots.gouv.fr	15 618 000	79,2	25,2	7,2
28	Twitter	15 587 000	39,1	59,6	15,6
29	AlloCine - T	15 155 000	32,7	68,5	10,9
30	LA POSTE	14 683 000	60,0	47,6	7,5
31	Ouest France - T ACPM/OJD	14 508 000	28,7	72,4	11,6
32	Outlook (Outlook.com)	13 983 000	56,7	53,1	7,7
33	Dailymotion - T	13 923 000	36,9	52,5	21,3
34	Doctissimo - T ACPM/OJD	13 854 000	32,9	69,7	8,4
35	LinkedIn	13 601 000	42,9	57,5	14,5
36	Waze	13 580 000	1,1	98,2	2,8
37	Doctolib	13 577 000	35,2	69,1	6,5
38	vente-privee	13 573 000	32,2	65,0	20,5
39	MSN - T	13 547 000	92,6	9,9	-
40	Service-Public.fr	13 467 000	62,5	42,7	5,1
41	Assurance Maladie	13 428 000	61,6	44,3	7,4
42	Free	13 391 000	69,2	34,9	7,9
43	Fnac	13 368 000	41,7	63,1	9,1
44	Netflix	13 320 000	32,3	67,0	15,1
45	Credit Agricole	13 181 000	57,0	48,1	7,9
46	Picasa	13 076 000	9,7	93,1	-
47	Pinterest	13 014 000	43,8	53,2	15,7
48	Booking.com	12 975 000	43,2	56,4	13,9
49	PayPal	12 793 000	49,3	55,3	7,2
50	L Equipe - T ACPM/OJD	12 332 000	32,4	68,5	14,0

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global - Tous lieux de connexion - France – Avril 2019 - Base : 2 ans et plus
Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

La mesure de l'Audience Internet Global

Méthodologie

La mesure d'Audience Internet Global repose sur **un panel unique de plus de 25 000 individus de 2 ans et plus**, dont 4 500 internautes équipés de deux ou trois écrans (ordinateur et/ou téléphone mobile et/ou tablette), qui permet de mesurer 'nativement' l'audience globale de plus de 6 000 marques et près de 1 000 applications. La mesure bénéficie des méthodologies innovantes d'hybridation mises au point par Médiamétrie, mariant panels et données site-centric. Chaque mois, la base site-centric s'enrichit de nouvelles données. De cette mesure globale découlent les résultats d'audience sur chacun des écrans : ordinateur, téléphone mobile et tablette. La mesure prend en compte le surf des internautes quels que soient le lieu, le mode de connexion (3G/4G/Wifi) et le protocole (http/https).
Remarque : chaque début de trimestre, Médiamétrie met à jour les théoriques de cadrage de la population internaute mobile. Pour les internautes ordinateur et tablette, l'actualisation se fait chaque mois.

Définitions & Indicateurs

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques. Une marque ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des marques (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une Brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

*Les marques participant à la mesure par l'implémentation d'un Tag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiées «**T**» ; celles dont le périmètre est intégralement taggué et certifié par l'ACPM (Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias) sont notifiées «**T ACPM/OJD**».*

Channel (C) : ensemble de domaines, sous-domaines et URLs sur une même thématique (le format application n'est pas encore pris en compte). *Remarques : l'audience d'un Channel n'inclut pas les internautes ayant utilisé exclusivement leur tablette.*

Visiteurs uniques par mois/jour : Nombre d'internautes ayant visité un groupe ou une marque au moins une fois au cours du mois/jour, quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les internautes ayant visité le même groupe (ou la même marque) plusieurs fois ne sont comptés qu'une fois.

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma, et le Cross-Médias. En 2018, le Groupe Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 102,7M€.

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Médiamétrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

www.mediametrie.fr - Twitter : @Mediametrie - Facebook : Médiamétrie

Contact Presse :
Benoit David
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr